Tweede Kamer der Staten-Generaal

2

Vergaderjaar 2014–2015

31 511 Beleidsdoorlichting Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

Nr. 16

LIJST VAN VRAGEN EN ANTWOORDEN

Vastgesteld 19 maart 2015

De vaste commissie voor Onderwijs, Cultuur en Wetenschap heeft een aantal vragen voorgelegd aan de Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over de brief van 18 maart 2015 over de Beleidsdoorlichting Mediabeleid (Kamerstuk 31 511, nr. 11).
De Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap heeft deze vragen beantwoord bij brief van 18 maart 2015. Vragen en antwoorden zijn hierna afgedrukt.

De voorzitter van de commissie,
Wolbert

Adjunct-griffier van de commissie,
Meelker

kst-31511-16
ISSN 0921 - 7371
’s-Gravenhage 2015

1

Betekent de constatering dat subsidies van het Stimuleringsfonds en het Mediafonds zeer beperkt zijn in vergelijking met die voor de publieke omroep, dat ook voor effectiviteit en doelmatigheid minder aandacht is?

Nee, ook ten aanzien van het Mediafonds en het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek bestaat wel degelijk aandacht voor doelmatigheid en effectiviteit, voor zowel het functioneren van deze fondsen zelf als voor de door hen gesteunde projecten. Op grond van de Kaderwet ZBO's worden zij elke 5 jaar onderzocht op doelmatigheid en *doeltreffendheid* van hun functioneren. Daarnaast heeft bij het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek een aparte evaluatie plaatsgevonden van de extra middelen die in 2010–2012 zijn toegekend ten behoeve van de Regeling voor Jonge Journalisten en de Tijdelijke Subsidieregeling Persinnovatie.[1]

2

Hoe kan worden verklaard dat de NPO[2] lager scoort dan commerciële omroepen op het onderwerp onafhankelijkheid van politieke invloed?

Onafhankelijkheid kent twee aspecten: onafhankelijk van commerciële invloeden en onafhankelijk van politieke invloed. De verklaring waarom de NPO in de ogen van het publiek lager scoort op onafhankelijkheid van politieke invloeden dan commerciële omroepen is tweeledig.

Vanuit de politiek is er ruime aandacht voor het mediabeleid en het functioneren van de publieke omroep. Hierdoor kan bij het publiek het beeld ontstaan dat de politiek invloed heeft op de NPO. Daarnaast is het Nederlandse publieke bestel

extern pluriform. Dit betekent dat de verschillende omroepen elk hun visie laten doorklinken in hun programma's. Zo is het bestel bedoeld. Het publiek herkent deze invalshoeken in programma's en koppelt deze aan politieke invalshoeken en daarmee aan de politiek. Dit punt wordt nog verder versterkt doordat de publieke omroep veel meer nieuws- en opinieprogramma's uitzendt dan de commerciële omroepen.

3

Hoe heeft er een misverstand kunnen ontstaan tussen de NPO en het Commissariaat voor de Media over het tijdstip van naleving van de prestatieafspraken?

Iedere vijf jaar wordt tussen de Staatssecretaris en de NPO een prestatie-overeenkomst overeengekomen. Hierin wordt onderscheid gemaakt in de doorlooptijd van de afspraken die eenjarig of meerjarig kunnen zijn. Het Commissariaat voor de Media controleert de rapportage over de naleving van de afspraken. De NPO had een aantal bereiksafspraken ook bedoeld als een ambitie voor de gehele concessieperiode, waarover NPO aan het einde van de concessieperiode zou rapporteren. Het Commissariaat voor de Media was van mening dat de bereiksafspraken voor ieder jaar van de looptijd van de prestatieovereenkomst golden en dat de NPO deze ieder jaar moest realiseren.

4

Hoe wordt bewerkstelligd dat het audioaanbod van de NPO meer mensen gaat bereiken?

---

1 Kamerstuk 31 777, nr. 27.

2 NPO: Nederlandse Publieke Omroep

De NPO heeft hiervoor ambities op het niveau van zijn zenders geformuleerd. Deze staan in de meerjarenbegroting 2015–2019.[3] Zo zal NPO Radio 1 zijn bereik vergroten en de luistertijd naar de zender verlengen door de vernieuwde breder toegankelijke programmering met minder programmawisselingen. NPO Radio 4 zal de behoeften van potentiele luisteraars beter in kaart brengen waardoor de zender beter kan inspelen op de behoeften van de luisteraar. Het profiel van NPO Radio 5 Nostalgia zal worden aangescherpt door een scherpere focus te leggen op de oudere doelgroep met een lagere tot middelbare opleiding en zal worden gezocht naar minimaal een nieuw zenderevenement. Tot slot probeert NPO Radio 2 het jongere deel van zijn doelgroep (35–44) meer aan zich te binden door onder andere de kernwaarden van de zender, die aansluiten bij veertigers, te versterken.

5
Hoe wordt een gelijkwaardige inbreng bij publiek-private samenwerking gegarandeerd?

Het Commissariaat voor de Media heeft de afgelopen jaren, op basis van de Mediawet 2008, beleidsregels vastgesteld voor de publiek-private samenwerking. Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen samenwerking in het kader van de publieke media-opdracht en samenwerking in het kader van nevenactiviteiten. Voor het starten van een nevenactiviteit is voorafgaande toestemming van het Commissariaat nodig. Daarbij toetst het Commissariaat onder andere aan een gelijkwaardige inbreng van partijen bij de voorgenomen samenwerking. Hierbij worden alle vormen van inbreng betrokken, zowel de inbreng van financiële, materiële, personele als immateriële zaken. Wijzigingen van eerdere afspraken dienen ook aan het Commissariaat gemeld te worden. Op deze manier wordt gegarandeerd dat wordt voldaan aan de Europese regelgeving met betrekking tot staatssteun.

6
Over welke instrumenten beschikt het Commissariaat voor de Media om ook de doelmatigheid van de bestedingen te kunnen controleren?

De bevordering van een doelmatige inzet van de bestedingen is een wettelijke taak van de NPO en niet van het Commissariaat van de Media. De NPO heeft krachtens de Mediawet de mogelijkheid om op dit terrein regelingen voor de landelijke publieke media-instellingen vast te stellen. In mijn brief van 13 oktober 2014 heb ik aangekondigd dat de sturing van de NPO op doelmatigheid zal worden versterkt: de bevoegdheid van de NPO wordt uitgebreid tot het realiseren van doelmatige besteding van publieke middelen, zodat doelmatigheid ook echt wordt bewerkstelligd.[4]

Het Commissariaat voor de Media heeft conform de Mediawet de wettelijke taak om de uitgaven van de NPO en de landelijke publieke media-instellingen te toetsen op rechtmatigheid. Met deze toets verifieert het Commissariaat voor de Media of de uitgaven van de NPO en de landelijke publieke media-instellingen conform relevante wet- en regelgeving zijn gedaan. Ik ben van mening dat het Commissariaat ten principale niet de doelmatigheid moet controleren. Dat komt te dicht bij inhoudelijke afwegingen, die zijn voorbehouden aan de omroepen zelf en aan de Raad van Bestuur van de NPO.

---

[3] Kamerstuk 34 000-VIII, nr. 61
[4] Kamerstuk 32 827, nr. 67

7
Hoe worden effectiviteit en doelmatigheid van het stimuleringsfonds voor de journalistiek verbeterd?

De verbeterpunten, die uit de eerdergenoemde evaluaties naar voor kwamen, zijn door het fonds overgenomen en geïmplementeerd. Effectiviteit en doelmatigheid zijn ook terugkerende aandachtspunten in het overleg dat periodiek plaats vindt tussen het Ministerie van OCW en het fonds. De volgende evaluatie van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek op basis van de Kaderwet ZBO's heeft betrekking op de periode 2011–2015 en staat gepland voor 2016.

8
Zouden doelstellingen niet SMART geformuleerd moeten zijn om te kunnen beoordelen of deze behaald zijn?

In mijn reactie op de Beleidsdoorlichting Mediabeleid 2010–2013 heb ik geschreven dat de evaluatie van het beleid een aandachtspunt is.[5] Het ontbreken van SMART-doelstellingen is deels te verklaren door de aard van het beleid. Ik overweeg om de doelstelling, subdoelstelling en indicatoren in de begroting met ingang van 2016 te actualiseren. Hierbij betrek ik de manier waarop deze doelstellingen geëvalueerd kunnen worden. Ook in de aanstaande wijziging van de Mediawet zal ik aandacht besteden aan de evaluatie van maatregelen.

9
Wordt bij de op korte termijn aanhangig te maken wetgevingsvoorstellen wijziging Mediawet gebruik gemaakt van SMART geformuleerde doelstellingen?

Zie het antwoord op vraag 8.

10
Hoe worden effectiviteit en doelmatigheid van Mediawijzer.net verbeterd?

De voornaamste conclusie uit de Beleidsdoorlichting Mediabeleid 2010–2013 over het programma Mediawijsheid is dat Mediawijzer.net erin is geslaagd het thema «mediawijsheid» op de kaart te zetten en een bestendig netwerk te vormen van partijen op het terrein van mediawijsheid. Wel zijn er enkele verbeterpunten gesignaleerd. Zoals ik in mijn brief van 17 december 2014 al aangaf, heb ik Mediawijzer.net voor de komende jaren verzocht om de taken en middelen gerichter in te zetten, hun doelen scherper te formuleren en de behaalde resultaten gerichter te evalueren.[6]

11
Wat zijn de gehanteerde criteria om overheidsbeleid ter vergroting van bewust mediagebruik te ontplooien?

Het overheidsbeleid[7] op het gebied van mediawijsheid gaat terug tot een advies van de Raad voor Cultuur uit 2005. Het toenmalig kabinet onderstreepte in 2006 het belang van mediawijsheid: burgers en instellingen (waaronder ook de overheid zelf) moeten mediawijzer worden, waardoor ze bekwamer en op een participerende manier gebruik kunnen maken van de content en diensten van de gemedialiseerde samenleving. In het Coalitieakkoord uit 2007 van het kabinet Balkenende IV is afgesproken dat

[5] Kamerstuk 31 511, nr. 11
[6] Kamerstuk 31 511, nr. 11.
[7] Kamerstuk 31 434, nr. 1.

er een Expertisecentrum voor Mediawijsheid zal worden ingericht. Daarbij staan twee doelen centraal:

- Veilig en verantwoord mediagebruik bevorderen door burgers toe te rusten om de kansen van media volop te benutten en tevens goed om te kunnen gaan met de gevaren daarvan;
- Het bevorderen van een veilig media-aanbod door een beter functionerend zelfregulering- en klachtensysteem waarin ouders en opvoeders een stevige rol hebben.

Het huidige kabinet staat onverkort achter deze doelen van «bewust mediagebruik».